



Gobernación

Secretaría de Gobernación



TRABAJO

SECRETARÍA DEL TRABAJO
Y PREVISIÓN SOCIAL

FONACOT

13 FEB. 2025

RECIBIDO

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN
INSTITUCIONAL

W
11:20PM

Secretaría de Gobernación

Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación
Dirección General de Normatividad de Comunicación

Oficio No. UNMC/DGNC/0186/2025

Ciudad de México, a 13 de febrero de 2025

**Asunto: Autorización a la modificación de la Estrategia
y Programa Anual de Promoción y Publicidad
2024 del FONACOT.**

DIEGO CAMACHO AQUIAHUATL

DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

EMILIO VÁZQUEZ PÉREZ

DIRECTOR DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL PARA EL CONSUMO DE LOS TRABAJADORES

Me refiero al oficio No. 100/DGCS/30-01-2025/059 Bis, de fecha 30 de enero de 2025, recibido el 11 de febrero del año en curso, emitido por la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, mediante el cual solicita la modificación a la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del **Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (FONACOT)**, correspondiente al Ejercicio Fiscal 2024.

Es importante señalar que de conformidad con el artículo 12 y 14 del Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para el registro y autorización de las Estrategias y Programas de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2024, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre del 2023 (en lo sucesivo el Acuerdo), el decremento del Programa se justifica en el Dictamen Administrativo INFONACOT/5C.12/DICP/0059/147/2024/2026 de fecha 18 de septiembre de 2024, emitido por la Dirección de Integración y Control Presupuestal, así como en el oficio DCI/020/2025 de la Dirección de Comunicación Institucional del 27 de enero de 2025, ambos del FONACOT, en los que se precisa la reducción al techo presupuestal en la partida 36201.



2025
Año de
**La Mujer
Indígena**

Roma No. 41, 4º piso, Col. Juárez, CP. 06600, Alcaldía Cuauhtémoc, CDMX. Tel: (55) 5209 8800 - 15826 www.gob.mx/segob



Secretaría de Gobernación
Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación
Dirección General de Normatividad de Comunicación

Oficio No. UNMC/DGNC/0186/2025
Ciudad de México, a 13 de febrero de 2025

Sobre el particular y con fundamento en lo dispuesto por el artículo 27, fracción VIII de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 20 de la Ley General de Comunicación Social; 39 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación; 10 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2024, así como por el artículo 12 del Acuerdo, esta Dirección General autoriza, en el ámbito de su competencia, la modificación del Programa Anual de Promoción y Publicidad del **FONACOT**, correspondiente al Ejercicio Fiscal 2024, consistente en:

DECREMENTO AL TECHO PRESUPUESTAL		
Concepto de Modificación	Campaña	Tipo de modificación
Reasignación de recursos por tipo de medio	FONACOT 50 años para el bienestar de las y los trabajadores Versión: <i>FONACOT es el crédito</i>	- Incremento de recursos asignados en: diarios editados en la Ciudad de México y revistas. - Decremento de recursos asignados en: televisoras, radiodifusoras, diarios editados en los estados, medios complementarios, medios digitales y post-estudios.

Cabe señalar que los Formatos de modificación a la Estrategia y Programa que adjunta a su solicitud, han sido validados por la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno de la República, con fundamento en el artículo 12 del Acuerdo.





Secretaría de Gobernación
Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación
Dirección General de Normatividad de Comunicación

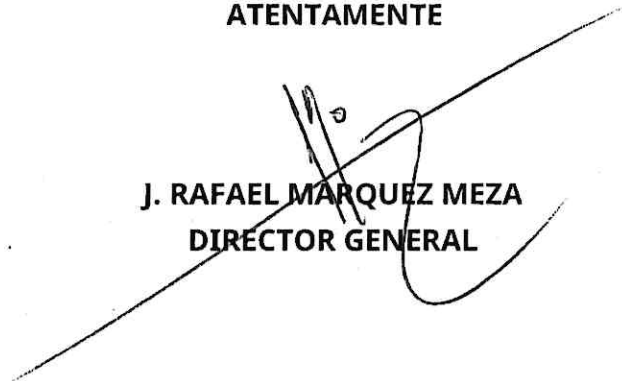
Oficio No. UNMC/DGNC/0186/2025
Ciudad de México, a 13 de febrero de 2025

No omito mencionar que, la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONACOT, se autorizaron con el oficio **UNMC/DGNC/0099/2024** de fecha 22 de enero de 2024.

De conformidad con el artículo 3 fracción VIII del Acuerdo: las erogaciones de dichos recursos y las contrataciones respectivas deben sujetarse a los criterios de austeridad y racionalidad del gasto contenidas en la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2024, así como lo dispuesto en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, su Reglamento, y demás disposiciones de aplicación supletoria. Las contrataciones deben llevarse a cabo bajo la estricta responsabilidad de la dependencia o entidad contratante.

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE


J. RAFAEL MARQUEZ MEZA
DIRECTOR GENERAL

C.c.p. Mtra. Nadia Paulina Silva Rodríguez, Coordinadora General de Comunicación Social y Vocera del Gobierno de la República. Presente.
Lic. Manuel Durán Aguirre, Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación, SEGOB. - Presente.

JZM/PSA

Archivo de DGNC, SEGOB



2025
Año de
La Mujer
Indígena

Roma No. 41, 4° piso, Col. Juárez, CP. 06600, Alcaldía Cuauhtémoc, CDMX. Tel: (55) 5209 8800 - 15826 www.gob.mx/se gob



Dependencia o Entidad:

Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores

Naturaleza Jurídica:

Organismo Descentralizado

Cabeza de sector:

Secretaría del Trabajo y Previsión Social

Fecha de elaboración:

27 de enero de 2025

Misión:

Apoyar a los trabajadores de centros de trabajo afiliados, al garantizar el acceso a créditos, otorgar financiamiento y promover el ahorro, para su bienestar social y el de su familia, reportado en la sustentabilidad financiera del Instituto FONACOT.

Visión:

Ser la entidad financiera líder de los trabajadores mexicanos, con una estructura sólida, eficiente y competitiva, que presta servicios de excelencia para el otorgamiento de créditos.

Objetivo Institucional:

El Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (FONACOT) tiene como finalidad otorgar financiamientos y garantizar el acceso a créditos rápidos, económicos y seguros para la adquisición de bienes y pago de servicios. Asimismo, el Instituto tiene que actuar bajo criterios que favorezcan el desarrollo social y las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias. Además, fortalecer la imagen institucional y promover al Instituto como la mejor opción financiera que respalda permanentemente a los trabajadores formales.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Que el público objetivo reconozca las bondades de obtener un Crédito FONACOT. Dar a conocer que el Instituto apoya a los trabajadores formales del país, otorgándoles acceso a crédito de nómina en mejores condiciones comparativamente con las empresas financieras privadas. Hacer patente las facilidades y las mejores condiciones del mercado para obtener un crédito Fonacot. Que el cliente potencial, al momento de evaluar el crédito de nómina, conozca, compare y elija el crédito FONACOT. Que las y los trabajadores mexicanos, sepan que el Gobierno Federal y FONACOT, hoy más que nunca, están siempre a su lado.

Entorno del mercado	Metas generales	Temas específicos de promoción y publicidad y/o ventajas competitivas
Las condiciones económicas adversas que enfrentan algunos trabajadores mexicanos, provoca que las empresas de préstamos de nómina o contra prima proliferen, aunque en condiciones totalmente adversas para las y los trabajadores, ocasionándoles, incluso, una mayor precariedad de ahí que Fonacot no puede ser ajeno a dicha realidad.	Posicionar al Crédito Fonacot como la mejor opción del mercado por su carácter gubernamental, seguridad rapidez y la tasa más baja del mercado.	En su 50 aniversario, FONACOT es el crédito con las mejores condiciones del mercado.

MEDIOS ELECTRÓNICOS	79,165.98	ESTUDIOS	348.00
MEDIOS IMPRESOS	58,649.60	DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	0.00
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	31,499.99	TOTAL	169,663.57

Lic. Diego Camacho Aquihuatl

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad

Enilio Vázquez Pérez

PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2024

Dependencia o Entidad:

Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores

Fecha de elaboración:

27 de enero de 2025

milés de pesos /
I.V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36201:

169,663.57

ACUMULADO EN CAMPAÑAS:

169,663.57

CAMPANA 1	
Datos generales	
Nombre de la campaña:	FONACOT 50 AÑOS PARA EL BIENESTAR DE LAS Y LOS TRABAJADORES
Versión(es):	FONACOT es el crédito
Tema específico y/o ventaja competitiva:	En su 50 aniversario, FONACOT es el crédito con las mejores condiciones del mercado.
Meta a alcanzar:	20% de Recordación
Objetivo de comunicación:	Que las y los trabajadores formales del país sepan que FONACOT, a lo largo de 50 años, es el organismo financiero gubernamental con créditos seguros, ágiles y con la tasa más baja del mercado.
Coemisor:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL
	19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS
	NSE: AB, C+, C, D+, D, E
Población objetivo:	
Vigencia de la campaña:	

Etapas	Fechas
1	17 de enero de 2024 al 29 de febrero de 2024

	Medios a utilizar		Repasos programados por tipo medio
	TV	Radio	
Televisoras	X	X	29,794.37
Radiodifusoras			35,197.25
Cine			0.00
Díaños Editados en CDMX			23,269.70
Díaños Editados en los Estados			33,647.52
Díaños Editados en el Extranjero			0.00
Revistas			1,732.38
Medios Complementarios			31,499.99
Medios Digitales			14,174.36
Pre-Estudios			0.00
Post-Estudios			348.00
Diseño			0.00
Producción			0.00
Preproducción			0.00
Post-producción			0.00
Copiado			0.00
Presupuesto asignado a la campaña			169,663.57
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201			100.00%

Lic. Diego Camacho Aquihuatl

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Emilio Vazquez Pérez

Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad